

LES TENDANCES DE L'AUDIOPROTHÈSE EN 2016

décryptées



Le cabinet d'études Gallileo Business Consulting se penche une fois encore sur le marché de l'audioprothèse pour en décrypter les lignes de fond et dresser un panorama de la profession en 2016. Une étude qui incite à prendre de la hauteur pour s'interroger sur les tendances qui s'impriment durablement sur le secteur, pour mieux se préparer aux évolutions en cours et à venir. La 8^e édition de l'Audioscope s'est intéressée cette année aux aides auditives rechargeables. Radiographie.

Le cabinet Gallileo Business Consulting ausculte depuis maintenant plus de dix ans le marché de l'audioprothèse ; il dévoile aujourd'hui la dernière édition de son Audioscope, en exclusivité pour *Audio infos*. Cette enquête annuelle abonde chaque année d'indicateurs objectifs permettant aux professionnels de l'audition de se situer sur leur secteur, de disposer du panorama complet. Une

Par **Ludivine Aubin-Karpinski**
ludivine.aubin@edpsante.fr

vue d'ensemble qui leur permet de caractériser leurs pratiques et d'identifier les tendances de fond. L'étude 2016 s'est appuyée sur un échantillon représentatif de 300 audioprothésistes indépendants et mutualistes (hors groupements succursalistes), interrogés par téléphone et courrier au cours des mois de septembre et octobre 2016. Le panel était constitué de 59 % d'audioprothésistes propriétaires de leur(s) centre(s) et de 41 % d'audioprothésistes salariés responsables du/des centre(s) dans le(s) quel(s) ils travaillent. L'échantillon était par ailleurs représentatif de la profession indépendante en termes de « ventilation » d'enseignes et de centrales mais également de répartition géographique sur le territoire français. Si le panorama 2016 dressé par Gallileo confirme un certain nombre de tendances identifiées lors des enquêtes passées, le cabinet a choisi cette année de mettre en exergue une innovation qui augure selon lui d'évolutions profondes du marché dans les mois à venir : les aides auditives rechargeables. « *L'Audioscope est un baromètre et, comme tel, il analyse les lignes de fond*

qui travaillent le secteur et se confirment d'une année à l'autre, commente Maher Kassab, directeur de Gallileo Business Consulting. Bien évidemment, les pratiques ne connaissent pas de révolutions chaque année et nous observons davantage des évolutions. Ainsi, chaque nouvelle édition, en plus d'une radiographie complète de la profession, propose un focus sur une tendance en particulier. Nous avons choisi cette année de nous intéresser aux aides auditives rechargeables, à ce qu'en pensent les audioprothésistes et à leurs pratiques à cet égard. Il s'agit d'une innovation technologique importante sur laquelle deux acteurs majeurs ont beaucoup communiqué en 2016 et que d'autres vont certainement suivre en 2017. »

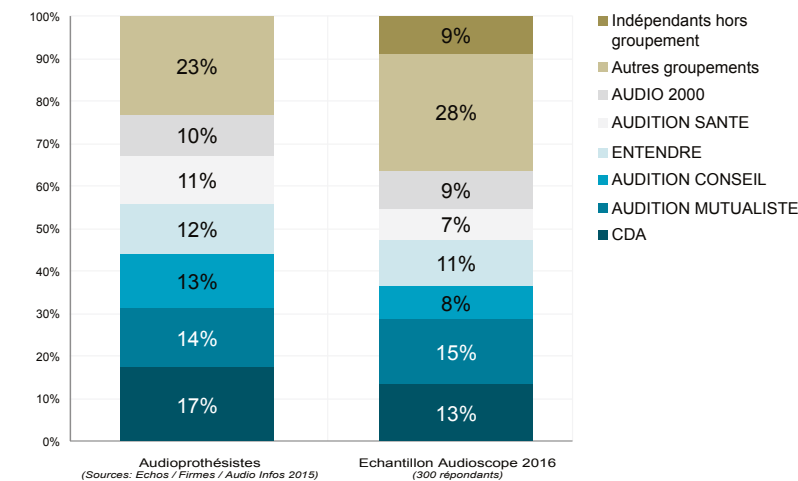
Une concentration marquée des achats

Parmi les enseignements de cette nouvelle édition de l'Audioscope : les audioprothésistes continuent de concentrer leurs achats sur leur fournisseur principal. Il représente aujourd'hui 64 % des achats dans l'activité des audioprothésistes (contre 62 % en 2015 et 60 % en 2014), soit environ près des deux tiers de leurs achats. Quel que soit leur niveau d'activité, le nombre de fournisseurs moyen reste stable par rapport à 2015 : les audioprothésistes travaillent en moyenne avec 3,6 fournisseurs (idem 2015 ; 3,9 en 2014). La part du fournisseur n° 2 représente 24 % des achats de l'ensemble des répondants. Quant au troisième, il décroche 11 % de l'activité des audioprothésistes. « *C'est une situation très spécifique du secteur de l'audioprothèse, explique Maher Kassab. Les audioprothésistes n'ont pas de fournisseur exclusif ; ils travaillent avec plusieurs sociétés. Ils ne privilégient pas un acteur, mais concentrent leurs achats sur un fournisseur, et ce, pour obtenir de meilleures remises sur les volumes ou RFA (remises de fin d'année), un meilleur service...* » Pour les fournisseurs, tout l'enjeu alors est bien évidemment de se tailler la part du lion et de devenir le principal. « *Il y a un rapport de 1 à 6 entre le fournisseur principal (64 % de l'activité) et le troisième fournisseur (11 %), analyse Maher Kassab. Mieux vaut donc avoir moins de clients pour lesquels vous êtes le numéro 1 que davantage de clients pour lesquels vous pesez pour 11 % des achats.* »

Poids des principaux fournisseurs dans l'activité des audioprothésistes

	Ensemble des centres 2015	Ensemble des centres 2016
Nombre moyen de fournisseurs	3,6	3,6
Part du FOURNISSEUR PRINCIPAL dans les achats	62%	64%
Part du FOURNISSEUR N°2 dans les achats	24%	24%
Part du FOURNISSEUR N°3 dans les achats	11%	11%

Répartition des audioprothésistes en termes d'enseignes et centrales



Indicateurs économiques des indépendants

L'Audioscope relève une stabilité du chiffre d'affaires moyen par centre entre 2015 et 2016, « en dépit d'une légère baisse de prix moyen (-9 €) pratiqué pour une aide auditive ». Ainsi, il s'élevait en 2016 à 290 539 € contre 289,9 K€ en 2015 et 288,4 K€ en 2014, enregistrant ainsi une très légère croissance, de l'ordre de + 0,2 % entre 2015 et 2016. Dans le cas des multipropriétaires, ce chiffre d'affaires moyen concernait le centre principal. Le chiffre d'affaires moyen de l'ensemble de l'activité en 2016 s'élevait quant à lui à 534 173 € contre 529,5 K€ en 2015, soit une augmentation de 0,9 %. Dans le détail, la situation s'avère plus contrastée : 21 % des audioprothésistes interrogés par Gallileo Business Consulting réalisent un CA supérieur à 400 K€/an, 43 % un CA compris entre 200 et 400 K€/an et 36 % un CA inférieur à 200 K€/an, dont 35 %, soit le contingent le plus important de l'échantillon, déclarent un CA compris entre 100 et 200 K€/an.

Le nombre d'appareils vendus dans le centre principal reste lui aussi relativement stable avec 214 appareils vendus en 2016 contre 212 en 2015 et 208 en 2014. Quant au prix moyen pratiqué pour un appareil auditif, il diminue légèrement, passant de 1 367 € en 2015 à 1 358 € en 2016.

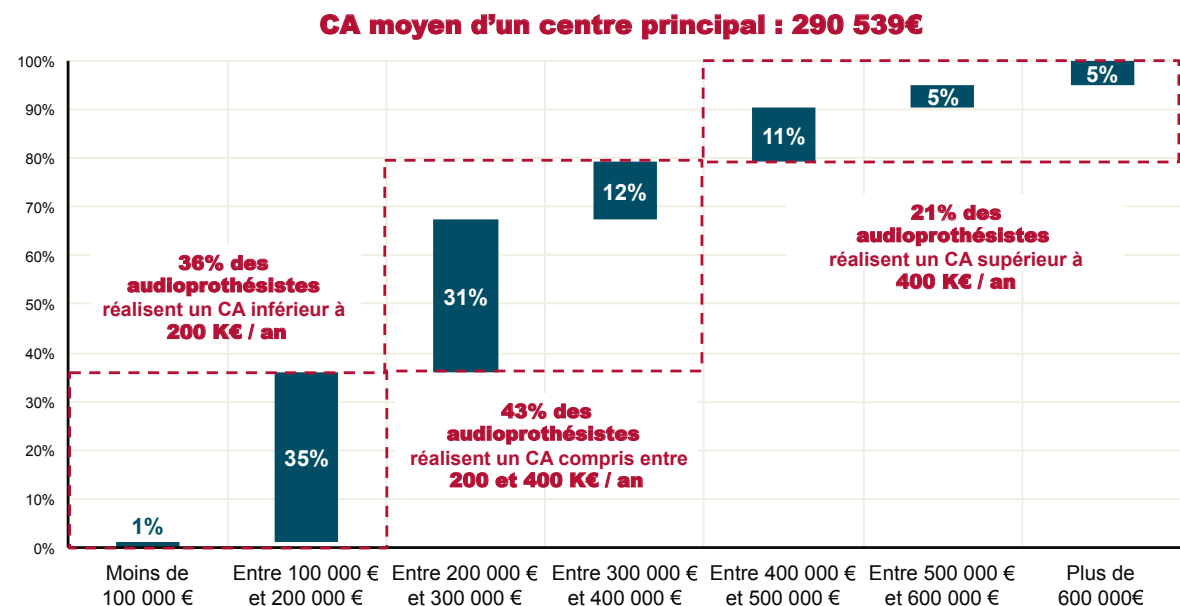
Indicateurs économiques 2016 de la profession indépendante (tendances)

	CA TTC MOYEN du centre principal	Perspectives pour 2016 (% de centres prévoyant une progression)	Nombre d'appareils vendus par an dans le centre principal (1 appareil = 1 oreille, 47 semaines travaillées / an)	Prix moyen pratiqué pour un appareil auditif	Répartition de l'activité du centre (Contours / Ecouteurs déportés / Intras)
Moyenne sur l'ensemble des centres principaux	290 539 € 2015: 289,9K€ soit +0,2% (ensemble de l'activité: 534 173 €, 2015: 529,5K€)	47%	214 (2015: 212)	1 358 € (2015: 1 367€)	- Ecouteurs déportés: 60% - Contours: 33% - Intras: 7%

64 %

C'est la part du fournisseur principal dans les achats des audioprothésistes en 2016.

CA du centre (multipropriétaires: centre principal)



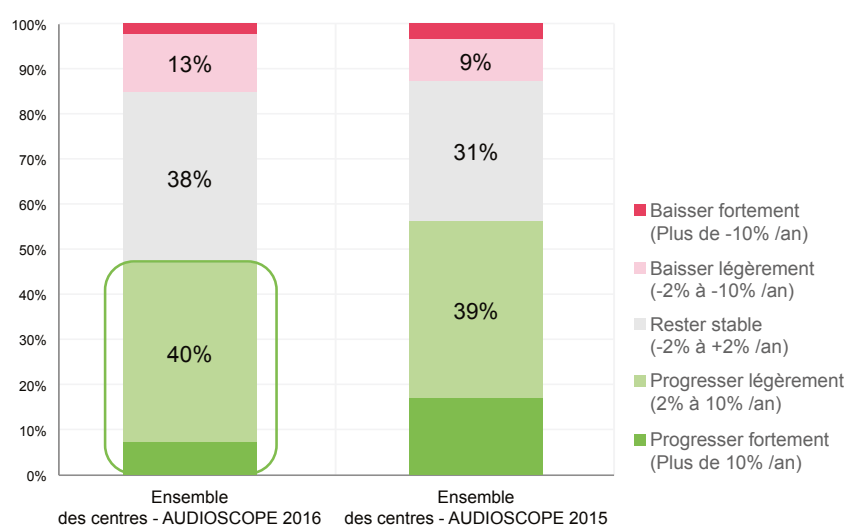
Selon Maher Kassab, ces chiffres font écho au ressenti des audioprothésistes quand on les interroge. Certes le marché grossit mais il ne se traduit pas nécessairement par une augmentation du chiffre d'affaires moyen du centre principal. La raison : une croissance « diluée » du fait d'une offre qui s'étoffe en termes de points de vente. « Le marché a accueilli beaucoup de nouveaux entrants ; il y a plus de centres qu'auparavant, commente le directeur de Galileo Business Consulting. Il n'est pas sûr que le dynamisme du secteur profite aux « installés ». Le chiffre d'affaires moyen reste stable, tout comme, globalement, le prix de vente, mais il y a également plus d'acteurs pour se partager le gâteau. La question de la performance va être importante dans les prochaines années. Car l'importance croissante des réseaux et la tension sur les prix risquent de provoquer une érosion du chiffre

d'affaires. Les audioprothésistes devront supporter les mêmes coûts et les centres seront moins rentables. Pour croître, les audioprothésistes auront sans doute intérêt à ouvrir de nouveaux centres. »

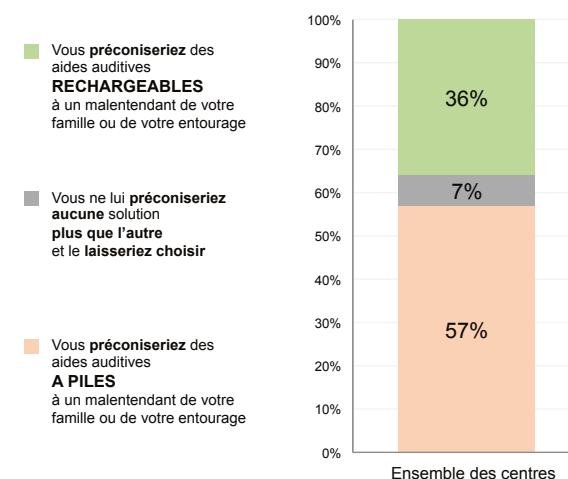
Un marché en demi-teinte

Malgré cette situation en demi-teinte, l'état d'esprit des audioprothésistes semble relativement optimiste. Quand on les interroge sur leurs perspectives pour l'année 2016, près d'un audioprothésiste sur deux (47 %) s'avoue optimiste quant à la progression de son activité. Ils étaient toutefois 56 % en 2015. S'ils sont encore 7 % en 2016 à prévoir une progression de plus de 10 % par an... ils étaient 17 % en 2015. La majorité des audioprothésistes est plus prudente voire circonspecte : ils sont 40 % à prédire une légère progression, de l'ordre de 2 à 10 % par an, et 38 % une activité stable (de -2 à +2 % par an). Et, ils sont 13 % (contre 9 % en 2015) à appréhender une légère baisse, de -2 à -10 % par an. Des résultats qui reflètent l'ambiguïté d'un secteur qui connaît à la fois une croissance de 9 % en 2016 en termes de ventes d'aides auditives et peut se targuer de bénéficier de perspectives plutôt réjouissantes avec l'arrivée sur le marché des papyboomers mais, dans le même temps, est confronté à des vents contraires, avec l'arrivée de nouveaux entrants, une tension croissante sur les prix voire une remise en question des fondamentaux du métier... « Le marché de l'audioprothèse est certes très porteur mais force est de constater qu'il connaît également une augmentation du nombre d'opérateurs, analyse Maher Kassab. La profession demeure positive sur l'avenir mais moins qu'en 2015, alors même que le marché a augmenté. On reste sur un secteur dont l'horizon est globalement souriant ; il faut toutefois veiller à rester attentif au dynamisme de son activité ».

Perspectives pour l'année 2016



Perception des aides auditives RECHARGEABLES



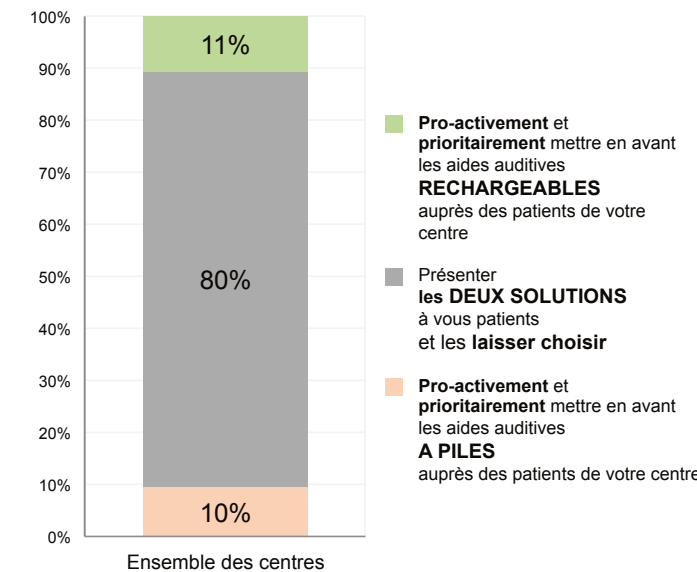
Raisons invoquées pour la préconisation des aides auditives RECHARGEABLES (plusieurs raisons possibles)	%
- La facilité d'utilisation des aides auditives rechargeables	55%
- L'attrait pour les nouvelles technologies	18%
- La baisse des contraintes liée au changement des piles	15%
- La fiabilité de ces aides auditives	14%
- Les performances et la longévité de la batterie	11%
- Le caractère écologique de ces aides auditives	8%
- Le caractère économique de ces aides auditives	5%

Raisons invoquées pour la préconisation des aides auditives A PILES (plusieurs raisons possibles)	%
- Le manque d'expérience sur les aides auditives	40%
- La taille des appareils rechargeables supérieure	38%
- Le choix actuel d'aides auditives rechargeables restreint en termes de marques et de technologies	28%
- Les surcoûts liés aux aides auditives et au chargeur	26%
- Les contraintes en mobilité liées aux aides auditives rechargeables	19%
- L'autonomie limitée des aides auditives rechargeables	14%
- Le remboursement des piles et non du chargeur	11%
- Les performances des aides auditives rechargeables par rapport à celles fonctionnant à piles	6%

Focus sur les aides auditives rechargeables

Dans une ambition de prospective, Galileo a choisi de porter un éclairage tout particulier dans l'édition 2016 de son Audioscope sur une innovation technologique, celle des aides auditives rechargeables. Et notamment sur la perception qu'en ont les audioprothésistes. « Nous avons constaté que deux acteurs majeurs du secteur communiquaient davantage sur ce type de produits en 2016, explique Maher Kassab. Les aides auditives rechargeables illustrent la volonté des constructeurs et du marché d'améliorer le confort pour les malentendants. Elles constituent une véritable nouveauté technologique et vont dans le sens de la valorisation du service proposé par l'audioprothésiste à ses clients, en même temps qu'elles valorisent le panier moyen. Toutefois, elles occasionnent moins de contact que les piles. Il nous a donc

À l'avenir, vous préférez plutôt...



semblé intéressant d'étudier comment les audioprothésistes les appréhendent. » Ainsi, selon l'enquête, une grande majorité des audioprothésistes (91 %) déclarent avoir une image très positive (28 %) ou assez positive (63 %) des aides auditives rechargeables. Ils sont 9 % à en avoir une image assez négative. Par ailleurs, la quasi-totalité des personnes interrogées (93 %) souhaitent voir les aides auditives rechargeables se développer au sein de leurs centres : 38 % répondent le souhaiter « tout à fait », 55 % « pourquoi pas ». « On peut considérer que le pari des fabricants qui ont choisi de miser sur les rechargeables est gagné, commente Maher Kassab. Les audioprothésistes ont clairement une bonne image de ces produits et 38 % pensent que ce segment va se développer. »

Un développement qui ne devrait pas se faire au détriment des aides auditives à piles, si l'on en croit l'étude Galileo, qui note que la majorité des professionnels souhaitent proposer les deux types de produits. Ainsi, s'ils sont 11 % à se dire « proactifs dans la mise en avant des aides auditives rechargeables auprès de leurs clients », 9 audioprothésistes sur 10 se disent prêts à présenter les deux solutions (80 %). Ils sont seulement 10 % à déclarer vouloir privilégier les aides auditives à piles. Le cabinet d'études ne prévoit donc pas de basculement des ventes à court terme. Pour l'heure, il n'existe pas de chiffres officiels, compte tenu du nombre limité de fabricants qui proposent des solutions rechargeables. On peut toutefois avancer des ventes en augmentation de plus de 10 % par an. Selon l'un des fabricants qui commercialisent ces produits, « les aides auditives rechargeables sont en effet en train de transformer profondément notre marché et les tendances d'adaptation de nos clients ». Gageons que les lancements du printemps permettront de lancer des statistiques dans le courant de l'année.

290 539 €

C'est le CA moyen d'un centre d'audioprothèse en 2016.

« Les fabricants doivent convaincre les audioprothésistes »

Néanmoins, il y a loin de la coupe aux lèvres... À la question « Si vous deviez conseiller un malentendant de votre famille ou de votre entourage qui hésiterait entre les deux solutions, vous lui préconiserez », les audioprothésistes sont 36 % à choisir les aides auditives rechargeables. La majorité (57 %) demeure plus à l'aise avec les aides auditives à piles. Au premier rang des raisons invoquées : le manque d'expérience avec les modèles rechargeables (40 %), la taille supérieure de ces derniers (38 %), le choix pour le moment restreint (28 %), les surcoûts (26 %), l'autonomie limitée (14 %). Selon Maher Kassab,



© DR

▲ Maher Kassab est le directeur de Gallileo Business Consulting, cabinet d'études qui réalise l'Audioscope depuis plus de huit ans.

GALLILEO BUSINESS CONSULTING est un cabinet d'études et de conseil fondé en 2001. Spécialisé dans le domaine de la santé, il dispose de pôles d'expertise notamment dans les domaines de l'optique, de l'audioprothèse et de la pharmacie.



GALLILEO
Business Consulting



les industriels doivent passer du temps à convaincre les audioprothésistes sur le long terme. « Il s'agit d'un dispositif encore récent. Il est nécessaire d'obtenir des retours de patients sur une durée d'utilisation pertinente pour démontrer l'intérêt des rechargeables. Les audioprothésistes sont quand même 36 % à préconiser avant tout les modèles rechargeables pour des questions de facilité d'utilisation (55 %), d'attrait pour les nouvelles technologies (18 %) et de baisse des contraintes liées au changement des piles (15 %). Aujourd'hui, tout le monde utilise des chargeurs. Les fabricants doivent convaincre les audioprothésistes sur les performances de ces produits. »

Et, dans une société où les consciences écologiques sont et doivent être plus prégnantes, on peut penser que les rechargeables ont une carte à jouer : l'aspect écologique compte d'ailleurs pour 8 % des raisons invoquées chez ceux qui plébiscitent ces produits.

Quant à la crainte des professionnels de perdre des occasions de voir leurs clients, Maher Kassab rappelle que les audioprothésistes bénéficient de plus de dix points de contact avec eux. Pour le directeur de Gallileo, les produits rechargeables vont dans le sens de l'histoire et offrent l'opportunité, sur un marché d'innovation, d'apporter une touche de dynamisme. |